Die wirtschaftliche Lage des Kleinhandels im 20. Jahrhundert und die Bestrebungen zu seiner Reform.

Auszug

aus einer Schrift zur Erlangung der Würde eines Doctor rerum politicarum bei der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät der Schlesischen Friedrich Wilhelms-Universität zu Breslau

vorgelegt von

Ernst Schindler,
Pleß O/S.

Breslau 1920.
Druck der Breslauer Genossenschafts-Buchdruckerei, E. G. m. b. H.

Gedruckt mit Genehmigung der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät der Universität Breslau.
Berichterstatter: Prof. Dr. Mitscherlich.

Einleitung.

Begriff, volkswirtschaftliche Bedeutung und geschichtliche Entwicklung des Kleinhandels.

Das unterscheidende Merkmal zwischen Groß- und Kleinhandel bilden die Quantitäten, in denen die eingekaufte Ware wieder verkauft wird. Der Kleinhandel gibt seine Waren in kleinen Mengen oder einzelnen Stücken an den Konsumenten ab. Der Betrieb kann dabei auch ein Großbetrieb sein. Darum ist die Benennung „Kleinhandel" — man denkt hier vielfach nur an kleine Betriebe — unklar. Neuerdings ringt sich der Ausdruck „Einzelhandel" durch. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Kleinhandels liegt darin, daß er als Güterverteiler Produzenten und Konsumenten Aufgaben des ökonomischen Lebens abnimmt.

I. Teil.

1. Abschnitt: Die Lage im modernen Kleinhandel.

Nach der Berufsstatistik von 1907 hat der Kleinhandel in stärkerem Maße zugenommen als die übrige Bevölkerung. Nach 1907 hat keine Berufszählung stattgefunden. Der Breslauer Kleinhandel hat seit 1908 bis zum Kriegsausbruch zugenommen; während des Krieges ist die Geschäftsanzahl auf ziemlich gleicher Höhe geblieben und zwar absolut und prozentual. Man kann dasselbe von ganz Deutschland annehmen. Dem Anwachsen liegen folgende Ursachen zugrunde: Es besteht die Hoffnung, im Kleinhandel rasch Geld zu verdienen und sozial aufzusteigen. Der Zugang wird erleichtert, da keine besondere Ausbildung notwendig ist. Die Waren werden sozusagen in den Laden hineingetragen, da das Kapital in Industrie und Großhandel seine Waren unterzubringen sucht. Längste Kreditfristen werden eingeräumt. Die Warenknappheit des Krieges ändert diese Verhältnisse. Die Lieferanten stellen jetzt schärfere Lieferungsbedingungen. An Stelle des Kreditwesens tritt Barzahlung. Der Umsatzrückgang an Waren verursacht Geschäftsschließungen und erschwert jegliche Neugründung. Trotz des Stillstandes während der Kriegsjahre sind die Kleinhandelsexistenzen

seit der letzten Berufszählung an Zahl gewachsen. Die Frage der Überfüllung hat die Literatur schon oft beschäftigt. Man kann keine Berechnung anstellen, ob und inwieweit eine Überfüllung vorhanden ist. Dem starken Anwachsen der Kleinhandelsgeschäfte steht der Fortschritt der Produktion gegenüber; dieses eröffnet dem Kleinhandel ein immer größer werdendes Betätigungsfeld. Die steigenden Zahlen der Breslauer Gewerbesteuer aus den Jahren 1905—1920 sprechen auch dafür. Der Vorwurf des hohen Preisaufschlages durch den Kleinhandel war während des Krieges recht heftig. Behördliche Untersuchungen ergaben die Haltlosigkeit dieser verallgemeinerten Vorwürfe. Infolge der behördlichen Verteilung der knappen Waren wurde das Betätigungsfeld für den Kleinhandel immer enger. Die Preispolitik verfuhr vielfach zugunsten der Erzeuger und Verbraucher. Die Maßnahmen von seiten des Staates zugunsten des Kleinhandels waren gering und wenig fruchtbar.

2. Abschnitt: Der Kleinhandel im Verhältnis zu Warenhaus, Wandergewerbe und Konsum-Verein.

Die Annahme war falsch, daß die Warenhäuser Erzeugnisse der Hochkonjunktur seien. Ihre Entstehung liegt in der Entwicklung des modernen ökonomischen Lebens. Den Beweis hierfür lieferten sie während der wirtschaftlichen Depression des Jahres 1908. Die Warenhäuser waren vor dem Kriege in stetigem Anwachsen. Während des Krieges unterlagen sie ähnlichen Wirkungen wie die anderen Betriebe des Kleinhandels. Infolge des noch etliche Zeit anhaltenden Warenmangels ist der Wert des Warenhauses nicht in der Größe als vielmehr auf praktische Ausnutzung bemessen. Daher hat sich das mittlere Warenhaus der Provinzstadt am besten behauptet. Das zeigt auch die Statistik. Eine Verdrängung des Kleinhandels durch das Warenhaus hat nicht stattgefunden. Andererseits hat auch das Warenhaussteuergesetz der Ausbreitung der Warenhäuser keine Schranken gesetzt. Dieses Gesetz ist im Dezember 1919 durch das Umsatzsteuergesetz aufgehoben worden. Die Konkurrenz der Wanderlager und Wanderauktionen ist gering. Die Statistik weist einen großen Rückgang dieser Betriebe auf. Die Konsumvereine haben an Mitgliederzahl von Jahr zu Jahr und besonders während des Krieges zugenommen. Trotzdem ist kein wesentlicher Druck von dieser Seite auf den Kleinhandel festzustellen.

II. Teil.

1. Abschnitt: Durchführung von Reformen durch Interessenvertretungen.

Die Organisationsbestrebungen nehmen im Kleinhandel sehr spät ihren Anfang. Zusammenschlüsse hatten schon früher stattgefunden, aber sie litten an starker Zersplitterung. Die verschiedenen Lebensbedingungen der einzelnen Geschäfte erschweren eine Zentralisation. Die Not des Krieges schuf einheitliche Fachorganisationen. Die Einigung des gesamten Kleinhandels ist das Ziel der „Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels". Diese Arbeitsgemeinschaft nimmt nur Reichszusammenschlüsse oder Landesverbände als Mitglieder auf. Einzelne Vertreter des Kleinhandels wollen durch Innungen eine den ganzen Stand umfassende Organisation schaffen. Dieser Vorschlag stößt auf große Schwierigkeiten. Er ist weit entfernt von jeglicher Verwirklichung. Seine öffentlich-rechtliche Vertretung findet der Kleinhandel durch die Handelskammern. Es wurde häufig die Beschwerde laut, daß hier das Interesse nicht genügend vertreten werde. Es entstand die Frage: Kleinhandelskammer oder Kleinhandelsausschuß. Die Mehrheit entschied für Kleinhandelsausschüsse angegliedert an die Handelskammer. So sieht es auch der neue Entwurf für das Handelskammergesetz vor. Nur Hamburg und Bremen haben besondere Detailistenkammern.

2. Abschnitt: Reformen durch Zusammenschlüsse zwecks wirtschaftlicher Erfolge.

Zusammenschlüsse rein wirtschaftlicher Natur sind vor allem die Wareneinkaufsvereine. Ihre Zahl ist von 88 im Jahre 1905 auf 480 im Jahre 1917 gestiegen. Die Behörden wiesen vielfach während des Krieges auf diese Vereinigungen zwecks besserer Warenverteilung hin. Die Ausführung stieß aber in der Praxis häufig auf Schwierigkeiten, besonders wegen Mangel an Lagerraum. Die Rabattsparvereine erziehen vielfach das Publikum zur Barzahlung und tragen so zur Gesundung des gesamten Geschäftsgebarens bei. Während des Krieges haben sie keinerlei Ausdehnung erfahren. Die Hauptaufgabe des Kleinhändlers besteht in der Modernisierung der Geschäftstechnik und in der Anpassung an den jeweiligen Fortschritt.